



SILABUS KOLEGIJA

Akademski godina 2022./2023.

1. OPĆE INFORMACIJE O KOLEGIJU

1.1. Naziv kolegija	Strateško komuniciranje	1.7. Godina studija	2.						
1.2. Studijski program	Specijalistički stručni diplomski studij Upravljanje odnosima s javnošću	1.8. Semestar	3./zimski						
1.3. Kratica kolegija	STRKOM	1.9. ECTS	5						
1.4. Šifra kolegija	PRM22235	1.10. Mjesto i vrijeme održavanja nastave	Bernays – prema objavljenome rasporedu						
1.5. Status kolegija	Obvezni								
1.6. Nastavno opterećenje	<table border="1"><thead><tr><th>Vrsta nastave</th><th>Ukupno sati</th></tr></thead><tbody><tr><td>Predavanja</td><td>20</td></tr><tr><td>Vježbe</td><td>10</td></tr></tbody></table>	Vrsta nastave	Ukupno sati	Predavanja	20	Vježbe	10		
Vrsta nastave	Ukupno sati								
Predavanja	20								
Vježbe	10								

2. NASTAVNO OSOBLJE

2.1. Nositelj	Damir Jugo	2.6. Suradnici na predmetu	Tatjana Kostić
2.2. Akademski stupanj	Dr. sc.	2.7. Akademski stupanj	Struč. spec. rel. publ.
2.3. Zvanje	Docent, Prof. v. š.	2.8. Zvanje	Asistent
2.4. Kontakt e-mail	damir.jugo@bernays.hr	2.9. Kontakt e-mail	tatjana.kostic@bernays.hr
2.5. Konzultacije	Prema objavljenom rasporedu	2.10. Konzultacije	Prema objavljenom rasporedu

3. OPIS KOLEGIJA

3.1. Ciljevi kolegija

Cilj kolegija Strateško komuniciranje je studente pripremiti za napredno bavljenje strateškim komuniciranjem u praksi odnosa s javnošću. Nakon preddiplomskog ciklusa na kojem studenti savladavaju osnove planiranja i upravljanja odnosa s javnošću, studenti na ovom kolegiju dubinski analiziraju pojmove strategije, strateškog komuniciranja i razmišljanja te posebno odlučivanja koje im je nužno za adekvatnu provedbu strateške razine komunikacije u praksi. Studenti također savladavaju naprednu razinu definiranja dionika u procesu strateškog komuniciranja s naglaskom na individualiziranje pristupa svakoj od skupina dionika. Studenti također analiziraju i savladavaju i različite tipologije komunikacijskih strategija. Studenti proučavaju i primjenu elemenata strateškog komuniciranja u specifičnim područjima poput upravljanja promjenama, komuniciranju rizika te izučavaju načine korištenja medija i različitih kanala u strateškoj komunikaciji.



	Konačno, studenti proučavaju i predviđaju buduće trendove razvoja ovog područja te izrađuju i izlažu seminarske radove na temu područja primjene strateškog komuniciranja u praksi.									
3.2. Uvjeti za upis	Nema uvjeta za upis kolegija.									
3.3. Ishodi učenja	I1: Povezati u cjelinu ključne pojmove discipline strateškog komuniciranja. I2: Razlikovati elemente strateškog razmišljanja, planiranja i odlučivanja te ih primijeniti u praksi. I3: Koristiti napredne alate strateškog komuniciranja; segmentaciju dionika te upravljanja temama i rizicima. I4: Vrednovati doprinos strateškog komuniciranja u pojedinim područjima njihove primjene.									
3.4. Sadržaj kolegija	<ol style="list-style-type: none"> Konceptualizacija strateškog komuniciranja. Strateško razmišljanje. Strateško planiranje. Strateško odlučivanje. Pristupi upravljanju odnosima s dionicima i javnostima. Pristupi upravljanja temama, otvorenim pitanjima i rizicima. Strateško komuniciranje promjena. Tipologije proaktivnih i reaktivnih strategija komuniciranja. Novi izazovi strateškog komuniciranja; nove tehnologije, online komunikacija i interkulturalna komunikacija. Izlaganja studentskih projekata. 									
3.5. Vrste izvođenja nastave	X	Predavanja	X	Vježbe		Terenska nastava		Multimedija i mreža		Mentorski rad
		Seminari i radionice		Obrazovanje na daljinu	X	Samostalni zadaci		Laboratorij		Ostalo
3.6. Vrste vježbi (ako su na kolegiju predviđene vježbe)	X	Auditorne vježbe	X	Metodičke vježbe		Vježbe u praktikumu		Laboratorijske vježbe		Eksperimentalne vježbe
		Terenske vježbe		Lektorske i govorne vježbe		Vježbe iz stranog jezika		Projektantske vježbe		Ostalo
3.7. Jezik izvođenja	Hrvatski jezik									
3.8. Obveze studenata	Pohađanje predavanja i vježbi; aktivno sudjelovanje na nastavi. Izrada i izlaganje na zadanu temu iz područja primjene strateškog komuniciranja u različitim sferama društva i gospodarstva; političkoj komunikaciji vladinom sektoru, zdravstvu, aktivizmu, javnoj diplomaciji, nevladinom sektoru, terorističkim organizacijama, kriznom komuniciranju, digitalnom okruženju, komunikaciji rizika, promjenama, društvenim medijima itd. Same teme i osnovnu literaturu osiguravaju nastavnici na kolegiju.									
3.9. Praćenje rada studenata i ECTS bodovi	1	Pohađanje nastave		Aktivnost na nastavi		Pismeni ispit	2	Usmeni ispit		Kolokviji
		Seminarski rad	2	Projekt		Vježbe		Esej		Ostalo

**3.10. Ocjnjivan je studenta tijekom nastave i završnog ispita**

Vrsta ocjene	Bodovi
1. Pohađanje nastave	5
2. Izlaganje	25
3. Projekt	70
Ukupno bodova (nastava + završni ispit)	100

3.11. Obvezna literatura

1. Botan, H. C. (2018). Strategic Communication Theory and Practice: The Cocreational Model, Wiley Blackwell, NJ.

3.12. Dopunska literatura

1. Falkheimer, J., & Heide, M. (2018). Strategic Communication: An Introduction, Routledge, New York.
2. Holtzhausen, D., & Zerfass, A. (Eds.). (2020). The Routledge Handbook of Strategic Communication, Routledge, New York.
3. Van Ruler, B., & Korver, F. (2019). The Communication Strategy Handbook, Peter Lang Media, New York.
4. Johnston, J. (2021). Strategic Communication: Public Relations at Work, Routledge, New York.
5. Nothhaft, H., Page Werder, K., Verčič, D. & Zerfass, A. (2020). Future Directions of Strategic Communication, Routledge, New York.
6. Weintraub Austin, E. & Pinkleton, E. B. (2006). Strategic Public Relations Management, Lawrence Erlbaum, New Jersey.

3.13. Načini praćenja kvalitete

Opservacije i evaluacije nastave; studentska anketa.

